



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Meskipun *brand* kosmetik tersebut berada dalam satu payung perusahaan besar yaitu Mustika Ratu, *brand* tersebut harus mempunyai ciri khasnya sendiri. Maka dari itu harus memiliki promosi yang ideal sesuai dengan target yang dituju maka dari itu perlu penempatan promosi yang efektif.

Moor's adalah *brand* yang berada di bawah naungan Mustika Ratu yang berdiri sejak 2010, bukan berarti Moor's tidak bisa berdiri sendiri dengan ciri khas yang berbeda dari *brand-brand* mustika ratu lainnya, tanpa menghilangkan *spirit* yang Mustika Ratu miliki, yaitu mengenai kebudayaan Indonesia.

Dikarenakan Moor's memiliki *unique selling position* yang cukup baik dan penempatan citranya untuk menjadi *official make up sponsor* untuk Puteri Indonesia dan acara-acara eksklusif di stasiun televisi swasta, maka sudah menjadi modal awal yang baik untuk membangun *awareness*-nya agar masyarakat mengetahui bahwa Moor's merupakan produk kosmetik milik Mustika Ratu. Maka dari itu penting untuk membawa Mustika Ratu untuk menjadi *brand trusted essential*.

Dengan cara penambahan informasi bahwa brand Moor's ini merupakan *brand* kosmetik yang ada dibawah naungan Mustika Ratu, sudah jelas penting hukumnya untuk membawa nama 'Mustika Ratu' sebagai *brand trusted essential* dan

targetnya yang terukur, maka dari itu pemilihan media digital menjadi hal yang tepat agar target yang dituju dapat terukur dan sesuai dengan penempatan iklan yang direncanakan pada media-media digital tersebut dan sesuai dengan budget yang Moors miliki.

5.2. Saran

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bukanlah penelitian yang sempurna, masih banyak hal yang dapat ditinjau lebih dalam dengan riset yang lebih matang dengan ketersediaan waktu yang lebih panjang.

5.2.1. Saran Untuk Moor's

Berikut adalah saran untuk Moor's *Professional Make Up*:

1. Moor's *Professional Make Up* diharapkan dan disarankan untuk mempertajam segmentasi dan target yang ingin mereka tuju, karena sangat disayangkan untuk *brand* kosmetik sepremium Moor's tidak dapat terdengar gaungnya dan media-media promosinya dengan baik.
2. Disarankan untuk memilih penempatan media promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* dan menyediakan *budget* promosi yang lebih tinggi guna memper-intens promosi-promosi tentang kehebatan produk lain yang mereka miliki.

5.2.2. Saran Untuk Mahasiswa

Disarankan untuk memahami segala mata kuliah yang akan menjadi bahan pembahasan untuk Tugas Akhir yang akan dijalani di semester yang akan mendatang. Mahasiswa/i harus matang dalam setiap mata kuliah yang diberikan, agar dapat mengimplementasikan teori-teori dan teknis tersebut ke dalam karyanya masing-masing.

5.2.3. Saran Untuk Tugas Akhir

1. Diharapkan di periode tugas akhir yang akan mendatang mohon menjadi pertimbangan jika ada mahasiswa/i yang mempunyai kasus serupa, jika topik pembahasan Tugas Akhir mereka mengenai *brand-brand* besar yang memerlukan promosi yang menggunakan media video sebagai media utamanya, alangkah lebih baik jika dibuat menjadi Tugas Akhir berkelompok minimal dua orang, mengingat keterbatasan kemampuan, biaya, dan waktu jika semua dikerjakan sendirian.
2. Disarankan untuk penambahan waktu pembuatan tugas akhir, karena terhambat libur nasional (periode lebaran 2017) membuat jurusan desain grafis terasa memiliki waktu yang sangat pendek untuk mengerjakan tugas akhir yang tekanannya lebih berat daripada tugas-tugas untuk UAS biasanya.